智能时代短视频的视觉景观重构与审美嬗变

董 雪[1, 2] 张宴硕[3]
（1. 中国传媒大学，北京 100024；2. 吉林艺术学院，吉林 长春 130000；3. 吉林电视台，吉林 长春 130000）

摘 要：智能时代，短视频作为一种发展极快的新型审美艺术类型，表现出丰富的时代意义，带来独特的审美体验。短视频的网络属性、虚拟与现实融合属性、移动属性、交互属性，让以往对于“景观”的建构方式产生了变化。作为一种以技术为基础、以视觉为核心的全新审美范式，短视频区别于传统视觉艺术类型，不再桎梏于时间和空间之间，打破艺术创造和真实社会场景之间的限定性，不拘泥于由符号和行为所建构起的图像的连续性，展现出更加具有时代性的审美意义。短视频的审美标准呈现多元性，短视频的审美特质呈现虚拟性，短视频的审美方式呈现多元性的变化，由此，构成了独特的审美视觉景观。短视频视觉景观的重构，从审美层面引发更多嬗变，激发更多审美思考。

关键词：智能媒介；短视频；媒介景观；审美研究 **中图分类号：**G206.2 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）05-067-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.05.019
本文著录格式：董 雪，张宴硕 . 智能时代短视频的视觉景观重构与审美嬗变 [J]. 中国传媒科技，2022（05）：67-69.

从 20 世纪 90 年代互联网进入中国以来，网络动态影像艺术以不可阻遏的趋势和不可思议的内生力量迅速发展壮大，尤其是近 10 年，以短视频等形式为代表的网络动态影像艺术的流行，已成为全球文化发展的代表性趋势，更成为中国文艺在当代最重要的实践之一。[1] 区别于传统的动态影像艺术，短视频作为一种主要依托于网络进行传播的，既具有鲜明时代特征、又继承和发扬了艺术传统和美学传统的文艺类型，是以网络艺术思维为基础，从创意到创作、从生产到消费、从传播到观赏，多维度互联网化的新型审美艺术形式。在智能时代，成为视觉景观的短视频，它的审美发生在数字技术之美和艺术意境美之间、感知和互动之间、现实与虚拟之间、感性与理性之间、大众化与个性化之间，完成它的审美定位、展现它的审美特征、构成它的审美方式。

1. 短视频的视觉景观重构

短视频通常被理解为，依托于互联网技术进行传播的、时长在 5 分钟以内，随着中国互联网信息技术的发展而快速成长起来，有着艺术与技术相互作用的关系，更受到特定历史时期社会发展的综合影响。[2] 短视频的发展历经 2000 年至 2004 年的酝酿期、2005 年至 2012 年的初创期、2013 年至 2017 年的成长期和 2018 年至今的快速上升期，已经初具规模。截至 2021 年 6 月，我国网络视频（含短视频）用户规模达 9.44 亿，较 2020 年 12 月增长 1707 万，占网民整体的 93.4%。其中短视频用户规模为 8.88 亿，较 2020 年 12 月增长 1440 万，占网民整体的 87.8%。短视频已经成为艺术和技术融合所带来的媒体革命性进步的典型范例。作为以视觉化表达为核心方式的审美客体，它不仅创造了一种独特的视觉艺术景观，重新建构着大众的影像艺术创作方式和审美方式，更深刻改变着人们的生产和生活方式。

短视频之所以能在短短 20 年的时间，便历经从无到有、从有到井喷式发展的过程，离不开信息技术革命所带来的媒体变革。短视频以其文件体量小、播放时间短、内容碎片化、视觉冲击感强、收看场景灵活、传播迅捷等特点，成为最受欢迎的视觉影像艺术之一。一方面，短视频运用数字媒体技术呈现动态影像艺术内容，运用艺术思想来反映现实生活，构成无与伦比的审美体验；另一方面，短视频运用视觉符号在智能媒体上构筑起“可观看的幻象”，这种幻象带有目的性和主观性，在某种程度上既反映真实生活，又遮蔽真实生活。但短视频所构建的视觉景观却不同于传统的动态影像艺术形式。[3] 在智能时代，它的网络属性、虚拟与现实融合属性、移动属性、交互属性，让以往对于“景观”的建构方式产生了变化。它所呈现的不再只是占有专业化技术工具和平台的少数人能够进行搭建、多数人仅是默默观赏的视觉景观，而是每个人都可以通过智能媒体进行建构的媒介景象。它的视觉景观被重构为更加个性化，更加去中心化、去标准化、去流程化，让人们有机会同时承担两种身份：既可能是审美客体的创造者，也可能是审美主体本身。同时，大数据、算法推荐等智能技术的出现和

基金项目：本文为吉林艺术学院校级科研项目“融屏时代下的媒介景观研究”的研究成果，项目编号：吉艺科文合字【2020】第 33 号。

广泛应用，对人们的审美行为有很大影响。不断层出不穷的内容，吸引着人们的注意力，满足不同人的不同审美感受。看似受众获得了更多的内容选择机会，但实际上却因为大数据和算法推荐等技术丧失更多的审美自由。真实的社会景象沦为了简短的视觉影像，碎片化的景观展现被认为是现实世界的全貌。[4]

短视频视觉景观的重构从审美层面引发更多嬗变。这对于作为审美主体的众多网络受众而言，以往的审美经验和知识储备显然存在较大缺失。对于政府管理部门和文艺工作者而言，需要面临各种发展和实践过程中产生的审美文化问题和挑战。

2. 短视频的审美嬗变

迥异于传统动态影像的审美特征，智能时代的短视频不再桎梏于时间和空间之间，打破艺术创造和真实社会场景之间的限定性，不拘泥于由符号和行为所建构起的图像的连续性，展现出更加具有时代意义的审美特征。

2.1　审美标准的多元性

智能时代，由于电脑、手机、智能平板设备、智能可穿戴设备等智能媒介设备的普及，使得接入互联网的个体数量逐年上升，人均占有智能媒介设备数量同样有所提升。这为短视频的兴起与流行提供了必要的时代背景，更为短视频的制作和传播创造了重要的发展契机。相比文字时代和读图时代，短视频所打造的视觉景观能够包含更多的符号意义，更易于被受众所接受，能够完成更加复杂的审美表达。尤其是区别于广播和电视的内容生产和传播方式，短视频的创作过程更加便捷、传播过程更加具有针对性和时效性，审美标准也不再是相对统一、一成不变。一方面，对搭建短视频这一视觉景观而言，人们有更多的机会运用智能媒体设备来生产和传播短视频作品，每个人都可以成为审美客体的创造者。[5] 很多短视频平台在已有短视频创作模板或模块的基础上，更是赋予创作者更多开放端口，来鼓励创作者进行更加多样化的创作活动。例如，头部短视频平台抖音便设有开放平台,提供数据开放服务、特效开放服务、小程序开放平台和抖店开放平台，让短视频所承载的不仅包含视频符号本身，更将社会场景之间相互关联，让更多的审美客体创造者参与其中，让短视频的审美标准不再由一人、一个群体、一个平台或一家媒介机构来界定，而是更加去中心化，这才具备审美标准多元化的可能。另一方面，由于大数据技术和算法推荐技术的出现，让短视频的受众不再像传统媒体受众一样，接收的媒介内容趋于雷同，而是能够通过计算、甄别，更精准地定位到自己偏好的内容。[6] 每个人所能接收到的短视频主题、内容、形式、风格、特色均不尽相同，每个审美主体都能够遵循自己的审美标准来遴选、评价审美客体，这在某种程度上鼓励审美标准的多元性发展,容纳更多的审美可能。

2.2　审美特质的虚拟性

短视频所依托的数字媒体生产和传播方式，决定了短视频审美特质的虚拟性。此处所谓的虚拟性，一方面是相对于客观世界的真实性而言。短视频通过媒介手段对信息符号进行编码，并依托不同的媒介平台进行传输，最终触达受众。虽然很多的信息内容是通过对客观世界的真实记录而完成编码过程，或在已有视觉素材的基础上进行加工而成，但选取哪些内容进行编码和处理，必然会受到创作者和传播者的审美影响。尤其是短视频的制作和传播已经变成重要的视觉景观，无可避免地会为谋求某种特定目标而进行相关信息的处理和人为筛选。这种有意为之的景观搭建，相比传统的视觉景观，以其简短的视频篇幅、快节奏的生产传播模式、更加突出的戏剧情节点和极强的视觉冲击感，更容易让人在一种压迫性的观赏节奏下，不仅无法对审美对象进行深刻思考以意识到其审美虚拟性的特点,反而更容易对这种人为创造出来的视觉景观深信不疑，甚至深陷其中无法自拔。例如一些情感类短视频账号，以记录展现甜蜜的情侣情感生活为主,看似自然的情感记录，很多背后要经历思考脚本、重复拍摄、精心后期制作之后才能够推出上线。这种伪纪录片式的泛生活短视频，给受众一种虚拟的真实感，很多受众认为“所见即所得”，这一定就是真实的生活本身，实则已经掉入了视觉景观所营造出的虚拟之境。[7]

审美虚拟性的另一方面所指的是，短视频能够给受众营造出很强的虚拟在场感。短视频能够让受众非常快速且轻易地获取到所想看到的相关内容，无论通过主动搜索或是依靠大数据技术和算法技术被动推送，都能够让人第一时间了解世界上发生的任何事件，快速走进任何人所分享的所谓客观生活。通过观赏短视频，受众能够打破时间和空间的限制，即刻快速满足自己的审美需求。很多人能够在短视频的观看过程中，体验自己不曾体验到的生活状态，感受自己不曾感受到的悲欢离合；在参与留言、转发、点赞等互动环节中，能够深度参与到同创作者，及其他依托于虚拟网络平台所连接起来的个体的直接交流、互动过程中。正因如此，短视频受众能够通过旁观、连接、互动等方式，建立起极强地虚拟在场感，能够获得犹如真实生活中所激发出的真实情感体验。例如抖音博主“天天的一天到晚”以记录自己女儿天天的成长历程和家庭生活的幽默片段缩影为短视频内容选材，打造“云养娃”的全新创作方式，让受众一起参与到短视频账号所营造的家庭育儿生活之中。很多受众作为“最熟悉的陌生人”见证、陪伴天天小朋友的快乐成长，营造出极强的虚拟在场感。

2.3 审美方式的科技性

科技与审美，从传统意义上来讲一直被理解为两个不同的研究范畴，但同时，这两者之间又有着相互交融、相互支撑的关系。[8] 一方面，正因为科技的发展，才让审美内容更加丰富，审美方式更加多样，审美体验更加丰富。另一方面，科技的进步受到人的意识的主导，而人的意识又不可避免地受到审美力量的推动，因此审美构成了推动科技发展的重要动力。在智能时代到来之前，审美与科技之间只是有着千丝万缕的联系，并不存在直接相关关系。但智能媒体的普及，让科技性成为审美方式必不可少的重要特性。这意味着，审美内涵已经发生历史性转向。尤其是对短视频这类，依托于智能媒体而诞生、发展起来的审美客体而言，其视觉景观的建构势必带有科技的内核，因此，审美方式所具备的科技性已经成为必然。

短视频不仅集传统视觉艺术和新型视觉艺术的特色于一体，更充分体现出在审美方式上带来的科技性改革。传统意义上，审美客体或许会激发出不同审美主体的不同审美体验，但内容形式是不变的。如观众欣赏一部电影时，通过相对固定的方式完成审美过程，激发不同的审美体验，但不会对电影内容和形式产生任何更改。但对短视频而言，它却有别于传统视觉景观的搭建。它不仅仅能够成为受众审美的对象，激发受众的审美体验，更能够通过数字技术让受众加入到审美客体创作过程中，进行再加工和再次传播，完成作品的多维创作和审美欣赏。如很多短视频平台会设立能够满足“视频合拍”“话题创作”等功能，每一个观赏者在对其他人发布的内容进行审美过程的同时，也可以成为创作者参与到审美创作过程中来。或者通过评论、点赞、留言的方式，深度参与审美体验的分享过程。抑或通过将短视频划走的方式，完成审美的快速筛选。这些都源于数字媒体技术的发展，让审美方式具备科技性。[9]

3. 结论

在智能时代背景下，以融媒体、虚拟现实、增强现实、大数据、人工智能和算法推荐等为代表的智能技术已经渗透到信息采集、内容生产与分发、与受众互动等全链条之中。其在大力促进网络文艺蓬勃壮大的同时，不仅对短视频这一视觉文化景观进行重构，同时更让短视频的审美文化产生重要变化，如审美标准具备多元性、审美特质具备虚拟性、审美方式具备科技性。受众的审美感受、情感状态、理性判断、艺术需求和所处的视觉文化场景被全方位感知、数据化。但在短视频发展的背后仍然具有一系列问题，如中国短视频作品数量激增但精品率不高问题；传统影像艺术的单一“网络化”问题；创作中的文化意义缺失问题；审美价值低下和审美盲从问题；创新力不足问题；创作队伍缺失问题等。这些仍需要在智能时代背景下，结合短视频视觉景观建设特点，去重新审视短视频的审美问题。媒

参考文献

[1][法]居伊·德波著，王昭凤译．景观社会[M].南京：南京大学出版社，2006.

[2][英]马尔科姆·巴纳德著，常宁生译．理解视觉文化的方法[M].北京：商务印书馆，2013.

[3]彭文祥，周洲．虚拟在场与审美幻象的价值畸变——粉丝文化、“饭圈”乱象的审美文化分析与反思[J].当代电视，2021（10）：9-13.

[4]张蕾.论新媒体艺术与传统美术审美特征的异同[D].南京：南京艺术学院，2020.

[5]张梦园．凝视与狂欢：景观社会视域下短视频的生成逻辑探析[J].视听，2021（8）：139-140.

[6]郎超，张玉栋．延异与重构：作为媒介景观的乡村生活短视频[J].科技传播，2020（20）：133-135.

[7]柴冬冬，金元浦．数字时代的视觉狂欢：论短视频消费的审美逻辑及其困境[J].文艺争鸣，2020（8）：79-86.

[8]王希竹，金晓艳．智能媒介语境下艺术审美选择的新范式[J].福建师范大学学报（哲学社会科学版），2020（5）：132-137+171.

[9]中国互联网络信息中心．第48次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].（2021-09-15）https：//www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/hlwtjbg/202109/t20210915_71543.htm

作者简介：董雪（1987-）女，吉林长春，中国传媒大学在读博士，中级，研究方向：媒体策划。张宴硕（1986-），男，吉林省吉林市，吉林广播电视台卫视频道短视频工作室制片人，研究方向：媒体策划与制作。

（责任编辑：张晓婧）